

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online Tiara Galleria)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:

TIARA NURUL HIKMAH

201210160311107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online Tiara Galleria)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Oleh:

TIARA NURUL HIKMAH

201210160311107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online Tiara Galleria)

Oleh :

Tiara Nurul Hikmah

201210160311107

Diterima dan disetujui
pada tanggal 29 Januari 2018

Pembimbing I,



Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,



Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online Tiara Galleria)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tiara Nurul Hikmah
NIM : 201210160311107
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 29 Januari 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.
Penguji II : Novita Ratna Satiti, S.E., M.M.
Penguji III : Dra. Ratih Juliati, M.Si.
Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Selasa 30 Januari 2018

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : TIARA NURUL HIKMAH
No. Induk : 201210160311107
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online)

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Eko Handayanto, M.M.	76	
2.	Novita Ratna Satiti, S.E., M.M.	75	
3.	Dra. Ratih Juliati, M.Si.	77	
4.	Dr. Marsudi, M.M.	79	

Nilai rata-rata : 76,75 / B+

Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, 30 Januari 2018
Ketua Tim Penguji,

Dr. Eko Handayanto, M.M.



Ket: *) Coret yang tidak perlu



No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1.	Perbaiki saran oleh peneliti ya! ✓		28/3-18
2.	Tambahkan penjelasan mengapa variabel kepuasan berperan sbg variabel mediator ✓		
3.	Fokuskan teks online pada Tiara! ✓		
4.	Populasi & sampel diperbaiki ✓		28/2-18
		28/3-18	Shallit

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : TIARA NURUL HIKMAH
 NIM/IPK/Konsent : 201210160311107 / 3,36 / PEMASARAN
 Tgl. SK Bimbingan : 1 Oktober 2016
 Alamat/Tlp/HP : Jl. ASPARAGA NO.13 RT.03 / RW.04 SENGKALING
 KEL. MULYOAGUNG KEC. DAU, MALANG - JATM
 HP. 081234560622
 Judul Skripsi : "PENGARUH KEPUASAN TERHADAP NIAT PEMBELAN
 MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN"
 (Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online)

	Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	12/10	- Pengumpulan SK dan ACC judul		
2.	14/10	- Revisi Bab I Pendahuluan		
3.	28/10	- Pengumpulan sk		
		- Proposal 'BAB I'		
		- Jurnal '2 jurnal'		
		- Fokus Toko Online (bidangnya)		
		- Alasan Kenapa Konsumen Wanita		
4.	17/02	- Judul Tidak Konsisten dengan kerangka pikir		
		- Latar belakang harus runtut bisnis online		
		- Proposal tanpa BAB		
		- Teori yang mendukung variabel		

	Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
			Pembimbing I	Pembimbing II
5.	21/1/17	Indikator Rumusan; Teori & Hipotesis serta Jurnal pul. terditerbitkan		
6.	29/02/17	Indikator Niat pembelian ulang - Definisi Operasional - 3 variabel		
		Sekolah diperbaiki, sibblan makin ujian proposal. 24/05		
7.	2/3/17	Revisi Cara Jurnal pendahuluan 4 Hipotesis (4) del dan Lajutan, dan lain		
8.	30/3/17	Revisi Rumusan dan Indikator - ini akan pendahuluan		
9.	29/7/17	- Definisi Konsep (Sumber) - Penjelasan Definisi Operasional - Indikator di persimple - Kuisioner jadi 2 lembar, Kuisioner berdasarkan indikator		
	28/10/17	Revisi u/ hasil analisis dan penyimpulan + Smari & Dajiles		
		Ace		
	27/1/2018	Sibblan ujian skripsi		
	25/1/18	Disajikan u/ penastafan ujian		

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Nurul Hikmah

NIM : 201210160311107

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa:

1. Tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online Tiara Galleria)”. Dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam tugas akhir ini dapat dilakukan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN. Serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Januari 2018

Yang Menyertakan



Tiara Nurul Hikmah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan kepada ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Wanita Toko Online)” ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku pembimbing yang banyak memberikan saran dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Ratih Juliati, M.Si., selaku pembimbing yang banyak memberikan saran dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
4. Staf Pengajar Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu yang diajarkan.
5. Ucapan terimakasih secara khusus saya sampaikan kepada orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan *support* dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Suami dan anak pertaman saya Ramli Akbar Alamsyah dan Zhafran Alamsyah yang telah banyak membantu serta memberikan semangat.
7. Seluruh rekan-rekan kelas Manajemen C.
8. Responden, atas waktu yang diluangkan untuk mengisi kuesioner.
9. Tak lupa terima kasih penulis ucapkan bagi semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan rendah hati dan lapang dada penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Malang, 29 Januari 2018

Tiara Nurul Hikmah



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
B. Tinjauan Pustaka	10
1. Niat Pembelian Ulang.....	10
2. Kepuasan Pelanggan	14
C. Kerangka Pikir	19
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi Penelitian	28
B. Jenis Penelitian	28
C. Variabel Penelitian.....	28
D. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi Penelitian.....	29
2. Sampel	30
E. Teknik Penentuan Sampel	30
F. Definisi Operasional Variabel	31
G. Jenis dan Sumber Data	32

H. Teknik Pengumpulan Data	33
I. Uji Coba Instrumen Penelitian	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	35
J. Teknis Analisis Data	36
1. Uji Asumsi Klasik	36
2. Uji Normalitas	36
3. Uji Heteroskedastisitas	37
4. Uji multikolinearitas	37
5. Uji Autokorelasi	37
6. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Responden	40
B. Usia Responden dan Pendidikan Terakhir	40
1. Gambaran Umum Jumlah Transaksi dalam Satu kali Pembelian	41
2. Gambaran Umum Produk yang Sering di Beli	42
3. Gambaran umum frekuensi pembelian responden	43
C. Distribusi Jawaban Responden	44
1. Analisis jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (X).....	44
2. Analisis jawaban responden terhadap variabel kepercayaan pelanggan (Z)	45
3. Analisis jawaban responden terhadap variabel Niat Pembelian Ulang (Y)	47
D. Hasil uji Instrumen penelitian (Uji Kualitas Data)	49
1. Hasil Uji Validitas Total	49
2. Hasil Uji reliabilitas Total	51
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	52
1. Hasil Uji Normalitas	52
2. Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas	53
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
4. Hasil Uji Autokorelasi	54

F. Analisis Data	56
1. Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)	56
G. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Toko Online di Indonesia	1
Tabel 1.2 Data Pelanggan Tiara Galleria	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Uji Validitas Instrumen	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Transaksi Dalam 1 Kali Pembelian	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan produk yang sering di beli	42
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Responden	43
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (X)	44
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z)	46
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian Ulang(Y)	48
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji normalitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas	53
Tabel 4.12 Hasil Tes heteroskedastisitas	54
Tabel 4.13 Hasil Tes Autokorelasi	55
Tabel 4.14 Dasar Penilaian Autokorelasi Berdasarkan Durbin-Watson	56
Tabel 4.15 Hasil analisis Jalur Persamaan Pertama	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis Jalur Persamaan Kedua	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	19
Gambar 3.1 Dasar Penilaian Autokorelasi Berdasarkan Durbin-Watson	38
Gambar 3.2 Hubungan jalur antar variable	39
Gambar 4.1 Nilai Koefisien Pada Setiap Jalur	59
Gambar 4.2 Hasil Analisis jalur antar variable	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner

Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuisisioner

Lampiran 3 Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel “Pengalaman pelanggan”

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

Lampiran 6 Hasil Path Analisis

Lampiran 7 Tabel Nilai R($\alpha = 0,05$)



DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Roesdian Bayu (2014) *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Surakarta*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aryani, Dwi. 2008. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. (Vol.17 No.2 2010)
- Alfatris T. D (2014) *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis.
- Barlow, AK., QS. Noreen, dan Mannion. 2004. Development in information and communication technologies for retail marketing channels. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 32 (3). 157-63.
- Bowo, Nursatyo Heri MM 2003, Analisis pengaruh kepercayaan untuk mencapai hubungan jangka panjang, jurnal sains pemasaran Indonesia. Volume II, No. 1. Mei 2003, Halaman 85-92.
- Casalo, LV., C. Falvian, dan M. Guinaliu. 2011. The Generation of Trust in the Online Service and Product Distribution: The case of Spanish Electronic Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 12, No 3.
- Chung, KH., and JI. Shin. 2010. The antecedent and consequents of relationship quality in internet shopping. *Asia Pacific journal of Marketing and Logistics*. 2 (4). 473-91
- Dodds, W. B., Monroe, K. B dan Grewal, D., (1991), "Effect of price, brand and store information on buyers' product evaluations", *Journal of Marketing Research*, (3), hal 307-319.
- Fornell, Claes (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience", *Journal Of marketing*, Vol. 56, jan, p.6-21.
- Ganguly, Boudhayan 2010. The effects of website design on purchase intention in online shopping: the mediating role of trust and the moderating role culture. *Journal of electronic business*, Vol. 8, nos. 4/5, 2010.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W., "Trust and TAM in online shopping: an integrated model," *MIS Quarterly* (27:1), 2003, 51-90.
- Geyskens, I, Steenkamp, L.K. Scheer and V. Kumar, 1999. "The Effect of trust and Independency on Relationship Comitment, " *International Journal of Reaseach in Marketing*. Vol. 13, pp.303-319.

- Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney (1998), *Consumer Behavior :Building Marketing Strategy*, Irwin/McGraw-Hill.
- Hidayat, Anwar. 2012. “Tutorial Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov denganSPSS”.
<https://www.google.co.id/amp/s/www.statistikian.com/2012/09/uji-normalitas-dengan-kolmogorov-smirnov-spss.html/amp?client=ms-android-samsung>. (diakses pada 23 Februari 2017).
- Hoffman, DL. And TP. Novak. 2000. How to acquire customer on the web. *Harvsrd Business review*, May-June. 179-88.
- Hong, J., Thong, J., & Yan, K. T. 2006. Understanding Continued Information Technology Usage Behavior: A Comparison of Three Models in the Context of Mobile Internet, *Decision Support Systems*, 42(3): 1819–1834
- Ishak, Asmai. 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online; Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) dan konsekuensi (Consequent). Vol 16, No 2 (2012)
- Iqbal, Muhammad. 2015. “Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda”.
<https://dosen.perbanas.id/regresi-linier-berganda-dengan-spss/>.
(diakses pada 10 Februari 2017)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Madjid, Rahmat. 2013. Customer Trust as Relationship Mediation between Customer Satisfaction And Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southest Sulawesi. *The International Journal of Engginering and Science*, Vol. 2 No.5.
- Marpaung, 2011. Pengaruh Store Enviroment Pada niat pembelian ulang pada konsumen metro supermarket medan plasa.
- Moorman, Christine dan Anne S. Minner (2002), “The Impact of Organizational Memory on New Product Performance and Creativity”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, Feb, p.91-106.
- Mukherjee, A., dan P. Nath. 2007. Role of electronic trust in online retailing; a reaxamination of the commitment-trust theory. *European Journal of Marketing*. 41 (9/10). 1173-202.
- Prabowo, Hartiwi., 2014. Analisis Kepercayaan dalam C2C *E-Commerce* terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap Repurchase pada Kaskus.
- Puspitasari, Diana (2006). Analisis Pengaruh Persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.
- Sarjono, Haryadi & Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

- Soderlund, Magnus dan Mats Vilgon (1999), "Customer Satisfaction and Links to Customer Profitability : an Empirical Examination of the Association Between Attitudes and Behavior", *Working Paper Series in Business Administration*, No. 1.
- Sigit, Soehardi. 2003. "Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis Manajemen. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjana Wiyata Tamansiswa.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam Belas, CV Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243
- Szymansky, DM., dan RT. Hise, 2000. E-satisfaction: an initial examination, *Journal of Reatailing*. 76 (3). 309-22).
- Trisnawati, Ella. (2012). *Analisis Faktor Kunci Dari Niat Pembelian kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop)*
- Tse David K. Amd peter C. Wilton (1988), "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extention," *Journal of Marketing Research*, 25 (January), 204-212.
- Umar, Husein, 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wen, Chao 2011. An integrated model for customer online repurchase intention, *journal of Computer Information System*.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)*. Malang: UMM Press.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R., 2003. A Proposed Model of E-Trustfor Electronic Banking, *Technovation*, 23: 847-860.
- Zboja, James j dan Clay M. Voorchees (2006), *The Impact of brand trust and satisfaction on retailer Repurchase Intention*.
- Zhang, Yixiang 2011. Repurchase Intention in B2C E-commerce a Relationship Quality Perspective. *Journal of Information dan Management* 48 (2011) 192-200.